

DÉBATS & OPINIONS

Participez au débat sur lecho.be

Les meilleurs communicants

La communication dans le monde politique est tout aussi cruciale que dans les entreprises; même avec des règles du jeu différentes, les mêmes tendances s'y observent et font évoluer vers plus de professionnalisme et de maîtrise, souligne Interel, qui a participé à l'organisation du Lobby Award du meilleur communicant, avec le magazine «Lobby».

La remise, par les journalistes francophones, du Lobby Award du meilleur communicant à Bart De Wever a fait grand bruit. La leçon qu'on peut en tirer pour la communication d'entreprise? Maîtrise et professionnalisme s'imposent.

Il y a quelques semaines, les Lobby Awards ont été décernés aux meilleurs communicants de la classe politique belge par un jury composé de journalistes politiques francophones. Interel a été (droitement) impliqué dans l'organisation de cet événement, en identifiant les différents aspects constitutifs d'une communication politique de qualité et en construisant la grille d'évaluation qui a servi à départager les vainqueurs. Sur base de cette grille, un jury de journalistes politiques francophones, représentant les principaux médias, a évalué une cinquantaine de personnalités politiques de premier plan au sein du monde politique belge.

Les résultats obtenus par les vainqueurs attestent d'une communication perçue comme performante, au-delà de la question des convictions politiques. Les personnalités les mieux placées, parmi lesquelles Bart De Wever, Elio Di Rupo ou Paul Magnette, ont en commun d'être doués naturellement pour la communication, d'y prêter une grande attention et d'être très bien conseillés sur le sujet.

Notre question est ici de savoir quels enseignements la communication d'entreprise peut tirer de la communication politique. Quels parallèles et quelles différences observe-t-on entre ces deux mondes a priori si différents?

DOMAINE D'ANALYSE

Le premier enseignement est sans doute le fait que la communication émerge de plus en plus comme une sphère d'analyse propre. Il y a quelques années, on aurait considéré que la communication d'un homme politique était secondaire par rapport à sa connaissance des dossiers et sa compétence technique; ce n'est manifestement plus le cas.

Une question des lors: les États-majors des partis politiques maîtrisant de plus en plus leur communication, court-on le risque de se diriger vers une communication de plus en plus formatée? Nous pensons plutôt que cette profes-



Il y a quelques semaines, le Lobby Award du meilleur communicant a été remis à Bart De Wever.

sionnalisation permet surtout de mieux faire passer leurs idées et d'en contrôler l'expression médiatique.

Notons aussi que si Bart De Wever est présent par un jury de professionnels pour la qualité de sa communication, sa popularité auprès des électeurs francophones reste, quant à elle, faible. Même s'il les communique avec

aux yeux d'un jury de journalistes politiques, ne préjuge pas toujours de la popularité électorale, et inversement. Le grand public peut très bien apprécier un homme politique alors que sa communication est jugée déficiente par des professionnels — c'est le cas de Michel Daerden qui récolte de très mauvais points dans ce palmarès, alors qu'il a ma-

grand public sont demandeurs d'honnêteté, d'immédiateté et de dialogue, et le palmarès récompense des hommes politiques qui jouent dans ce registre. Le «no comments, unart qui a sans doute ses mérites en politique, devient de plus en plus difficile à concilier avec les exigences actuelles de transparence.

Cette réactivité des hommes politiques doit-elle devenir la règle générale? Le public doit-il toujours être mis au courant le plus rapidement possible au nom de la transparence? On touche sans doute ici une frontière naturelle entre la communication politique et la communication d'entreprise. En effet, la constante menace d'un scrutin électoral agit comme un puissant incitant à une communication agressive et revendicatrice, que certains qualifient souvent de mascarade électorale; malgré tout, la rapidité de la communication ne doit devenir une valeur absolue ni pour les entreprises, ni pour les partis politiques. Mieux vaut privilégier la communication au moment adéquat, voire même l'absence de communication publique dans certains cas. La nécessité, réelle ou ressentie, d'une communication publique rapide est parfois contre-productive.

PROFESSIONNALISME
Enfin, troisième tendance, conséquence logique des deux premières: dans un monde où elle prend de plus en plus d'importance et se doit d'être rapide, la communication se professionnalise. L'intérêt qu'ont les partis à pro-

Jean-Léopold Schuybroek

Executive Chairman, Interel

Laurent-Paul Van Steirtegem

Director, Interel

professionnaliser leur communication est au moins double. D'une part, en plaçant d'excellents communicants, entourés des meilleurs conseillers, au premier plan, ils se donnent les moyens d'une communication maîtrisée avec les médias. D'autre part, ces femmes et hommes politiques doués en communication sont en général des personnalités très populaires. Le fait de les placer en première ligne renforce encore un peu plus leur popularité auprès du grand public.

Un parti qui peut compter sur plusieurs communicants de talent s'appuyant sur une communication centralisée sera renforcé. Cela donne un image de cohérence, de confiance et de professionnalisme, a fortiori dans une période d'instabilité comme nous la traversons aujourd'hui.

À titre d'exemple, le fait que la communication de la N-VA passe quasi exclusivement par Bart De Wever, représente certainement un danger à long terme. Par contre, à court terme, la réduction consciente de la communication externe de la N-VA à l'unique figure de son président, ou presque, est sans doute une force. Elle a joué un rôle important dans l'émergence rapide de la N-VA en tant que première force politique en Flandre; c'est d'ailleurs une stratégie qui a souvent été employée, parfois avec succès, par des dirigeants d'entreprise désireux de donner rapidement une notoriété à leur société.

L'importance d'une communication maîtrisée augmente de façon exponentielle en temps de crise, tant pour les entreprises que pour les partis politiques. En pleine incertitude, toutes les déclarations sont scrutées et les écarts de discours sont montés en crânes. En effet, pour expliquer l'échec devant l'opinion, il faut apparaître cohérent et donc maîtriser totalement sa communication.

En conclusion, la communication dans le monde politique est donc tout aussi cruciale que dans les entreprises; même avec des règles du jeu différentes, les mêmes tendances s'y observent largement, et continuent de faire évoluer la communication vers plus de professionnalisme et de maîtrise. Les temps sont moins que jamais propices à l'improvisation et à l'amateurisme en la matière.

Ecrivez-nous

Vous souhaitez réagir? Un sujet d'actualité vous interpelle? N'hésitez pas à nous faire part de votre opinion. Envoyez-nous vos lettres (5 000 signes maximum) par courrier électronique à l'adresse: debats@lecho.be

Coin de l'expert



Anne Tilleux

Avocate NautaDutilh

La langue des actes d'entreprise

L'article 30 de la Constitution dispose que l'emploi des langues est facultatif. Tout le monde peut donc, en principe, utiliser la langue de son choix. Certains aspects de l'emploi des langues sont cependant réglés par les autorités publiques par exception au principe de liberté. L'emploi des langues dans les actes et documents des sociétés est ainsi réglé tant par les lois coordonnées du 18 juillet 1966 sur l'emploi des langues en matière administrative (art. 52) que par des décrets adoptés dans des limites territoriales par les Communautés française et flamande.

LES ENTREPRISES, LES ACTES

Les lois coordonnées s'appliquent, entre autres, aux actes et documents émanant des entreprises industrielles, commerciales ou financières privées. Les entreprises visées couvrent tant les personnes morales (sociétés) que les personnes physiques, ainsi que les associations. Les actes et documents concernés sont ceux imposés par la loi et les règlements.

Cette notion couvre tous les documents qui doivent être publiés au «Moniteur» ou déposés au greffe du tribunal de commerce, tels qu'un projet de fusion ou les décisions relatives à la nomination d'un administrateur. Elle couvre aussi tous les actes et documents requis par le Code des sociétés ou par d'autres dispositions législatives ou réglementaires, même s'ils ne doivent pas être publiés ou déposés: comptes annuels, rapport de gestion, procès-verbaux des assemblées générales... Pour les procès-verbaux des délibérations du conseil d'administration (CA), il est admis qu'ils ne doivent respecter les dispositions en matière d'emploi des langues que si les délibérations et décisions du CA constituent la substance d'actes et documents imposés par la loi et les règlements. Tel est le cas de la décision du CA qui déciderait d'augmenter le capital de la société dans le cadre du capital autorisé ou de convoquer une assemblée générale. Par contre, lorsque les délibérations et décisions du CA portent sur des matières purement commerciales ou industrielles, comme la décision de changer de modèle de distribution ou les discussions sur la stratégie de la société, le procès-verbal peut être rédigé dans n'importe quelle langue, et même dans une langue autre que l'une des trois langues nationales telle que, par exemple, en anglais. Les sociétés sont, en effet, libres de rédiger tous les actes et documents qui ne sont pas visés par la loi ou les règlements dans la langue de leur convenance. Cette obligation linguistique ne vise que les écrits. Toute communication verbale peut donc être effectuée dans la langue choisie par celui qui effectue cette communication. Ainsi, une réunion d'un CA décidant d'un transfert

de siège social pourrait être tenu en anglais, alors que le procès-verbal de cette réunion devra être rédigé dans la langue prescrite par la législation applicable.

QUELLE LANGUE?

L'emploi des langues en matière d'actes et de documents des sociétés dépend de la localisation du ou des différents sièges d'exploitation. Un siège d'exploitation est défini comme tout établissement qui revêt un certain caractère de stabilité et où une activité économique est exercée. Si la société a un seul siège d'exploitation et que celui-ci est situé en Flandre (décret linguistique flamand du 19 juillet 1973), tous ses actes et documents requis par la loi et les règlements doivent être rédigés en néerlandais. Le même principe s'applique si la société a un siège d'exploitation unique situé en Wallonie (décret linguistique wallon du 30 juin 1982) ou en région de langue allemande, tous les actes et documents de cette société doivent être rédigés en français ou en allemand. Les actes et les documents des sociétés qui ont leur siège d'exploitation dans une des 18 communes de la région de Bruxelles-Capitale peuvent, quant à eux, être dressés et publiés dans la langue de leur choix, français ou néerlandais ou dans les deux langues.

Lorsqu'une société a plusieurs sièges d'exploitation et qu'elle se trouve dans deux régions linguistiques différentes, les législations tant fédérales (lois coordonnées) que les décrets régionaux s'appliquent et la société est tenue de dresser et de publier ses actes et documents en deux, voire même en trois langues (français, néerlandais et/ou allemand).

LES SANCTIONS

Tout acte ou document qui n'aurait pas été établi dans la langue prescrite par l'article 52 des lois coordonnées doit être remplacé, par cette entreprise, soit d'initiative, soit sur injonction du service, de l'autorité ou de la juridiction compétente. Un nouvel acte ou document régulier doit être adopté, une simple traduction ne suffit donc pas. En outre, les décrets linguistiques flamand et wallon prévoient que tous les actes adoptés en violation de décrets sont nuls. La nullité peut être demandée par tout personne ou association bénéficiant d'un intérêt, qu'il soit direct ou indirect. Cette nullité est absolue et elle ne peut pas être couverte. L'acte nul ne peut donc pas être ratifié, il doit être refait. Des sanctions pénales et des amendes administratives peuvent, en outre, être appliquées en cas de violation du décret flamand. Il est donc recommandé que les sociétés adoptent les actes et documents imposés par la loi et les règlements directement dans la ou les langues applicables.

“ La politique peut-elle inspirer la communication d'entreprise? ”

talent, Bart De Wever peine à convaincre les francophones du bien-fondé de ses thèses; reste qu'il n'a, de toute façon, pas à le faire dans une architecture institutionnelle où il n'a pas d'électeurs potentiels en Wallonie.

À la différence des hommes politiques, les entreprises ne peuvent pas se permettre de jouer sur les subtilités d'un système électoral. La communication d'entreprise doit faire passer des messages cohérents auprès d'un public de plus en plus diversifié. Les entreprises doivent, par conséquent, tendre vers la cohérence des messages à destination de leurs différents publics cibles; c'est ce qu'Interel appelle l'alignement.

Il faut également constater que la qualité d'une communication,

TRANSPARENCE
Deuxième observation: la transparence devient l'une des tendances maîtresses de la communication. Tant les médias que le

grand public sont demandeurs d'honnêteté, d'immédiateté et de dialogue, et le palmarès récompense des hommes politiques qui jouent dans ce registre. Le «no comments, unart qui a sans doute ses mérites en politique, devient de plus en plus difficile à concilier avec les exigences actuelles de transparence.